

SANA 2011

Nei primi quattro mesi le vendite dei prodotti bio presso la grande distribuzione cresciute dell'11,4%

Il biologico rilancia il patto con la Gdo

Attesi 400 buyer stranieri in arrivo anche da Emirati Arabi e Usa – Una vetrina per le novità

Restyling del format, maggior specializzazione e allargamento degli spazi espositivi. Sono le novità dell'edizione 2011, la 23ª, del Sana, il salone internazionale del naturale, che si svolgerà a Bologna dall'8 all'11 settembre prossimi, e il cui principale focus tematico è il biologico certificato. Quest'anno è prevista la partecipazione di oltre 400 aziende – il 60% delle quali attive nel food e il 40% nel wellness – in una superficie espositiva di 40mila metri quadrati.

«Qualità, professionalità e internazionalità – sottolinea Duccio Campagnoli, consigliere delegato di BolognaFiere – sono le linee guida della prossima edizione, come risposta alle richieste di un mercato che in questi anni è cresciuto ed esprime la necessità di potenziare l'export. Oltre all'aumento della domanda espositiva – aggiunge – registriamo il ritorno in Sana della Grande distribuzione che, insieme ai

canali specializzati, è artefice del successo del biologico in Italia. I dati Ismea indicano infatti come nei primi 4 mesi del 2011 la vendita di prodotti bio confezionati presso la Gdo è cresciuta del +11,4% e le vendite di ortofrutta bio hanno avuto un incremento del +9,2% rispetto al primo quadrimestre 2010.

BolognaFiere in questi mesi ha scelto di reinvestire su Sana poiché pensiamo che il biologico e il naturale

debbano avere una piattaforma fieristica professionale ad hoc sia per l'alimentazione sia per il benessere, aperta alla ricerca che produrrà innovazione proprio nelle biotecnologie».

Sul versante internazionale, la kermesse del naturale e del bio si è posta l'obiettivo di portare a Bologna 400 buyers stranieri, attraverso un progetto con l'Ice (l'Istituto per il commercio estero) e un investimento di 200mila euro. Si stanno così

selezionando operatori «provenienti da paesi potenzialmente attrattivi, come Libano, Emirati Arabi Uniti, Stati Uniti ed Europa dell'Est, oltre a un'azione diretta di coinvolgimento di buyer dei Paesi dell'Europa occidentale» rivela Paolo Carnemolla, presidente di Federbio, l'associazione che, insieme a Cia, Confagricoltura, Federazione Erbe, Unipro, Assorbe, Siste e Fippo, costituisce il comitato promotore della manifestazione.

Due sono le grandi aree espositive. La prima è dedicata al settore dell'alimentazione, riservata esclusivamente ad aziende con produzioni biologiche certificate e la seconda al benessere, rivolta ai produttori di beni a base di erbe officinali, come integratori, alimenti specifici, prodotti per la cura del corpo e di bellezza.

Oltre alle attese per la presentazione dei risultati sulle evoluzioni delle aspettative dei consumatori raccolti at-

traverso focus group dall'Osservatorio di Sana, coordinato dall'università di Parma, le novità dell'edizione 2011 riguardano l'organizzazione di un'area «Novità», dedicata ai prodotti introdotti sul mercato dopo il 1° ottobre 2010: quelli giudicati migliori, dal pubblico, dal punto di vista della qualità e del packaging, saranno premiati il 10 settembre. Un concorso a premi è previsto anche per il wellness, con l'iniziativa «Sana award benessere», dedicato alle erboristerie che più hanno saputo intercettare le esigenze dei consumatori, da un punto di vista di efficacia espositiva delle vetrine, capacità comunicativa degli erboristi, gestione dei punti vendita. Premiazione in programma, in collaborazione con il «Gruppo 24 Ore», anche per i ristoranti, le pizzerie, i bar e gli hotel, «bio-friendly», ossia che utilizzano prodotti bio certificati e biodinamici.

EMILIA ROMAGNA

Al settore oltre il 30% delle risorse targate Psr

Non è un caso che il Sana si organizzi da 23 anni a Bologna. Secondo un'indagine Bio Bank, l'Emilia Romagna è la prima regione italiana per consistenza del consumo di prodotti biologici, e al vertice fra quelle del Centro-Nord per le produzioni bio. Nel territorio emiliano-romagnolo sono attivi alcuni tra i principali produttori nazionali e internazionali di questo settore, alcuni dei quali toriniani in grande stile a presentare le proprie novità al salone del naturale, come il noto Almaverdebio. Come ha sottolineato Tiberio Rabboni, assessore all'Agricoltura della regione Emilia Romagna, nella con-

ferenza stampa di presentazione, «grande attenzione al biologico è destinata anche dal Piano di sviluppo rurale della regione. Il 31% delle risorse finanziarie del programma va infatti a sostegno delle aziende dell'Emilia Romagna che realizzano prodotti bio, che pur rappresentano solo il 5% di quelle complessive attive in agricoltura». In Emilia Romagna si riscontra la presenza di 76mila ettari di coltivazioni biologiche e circa il 50% delle mense scolastiche della regione adottano prodotti bio.

R. FAB.

ROBERTO FABEN

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL LATTE È LA PRIMA SCELTA



Itala è il marchio collettivo di qualità del latte bovino e dei prodotti lattiero-caseari.

Il marchio **Itala** dà al consumatore la certezza che tutti i principi della sicurezza e della qualità alimentare sono stati rispettati nella filiera produttiva.

Aderiscono al progetto **Itala** i produttori che garantiscono la rigorosa attuazione del disciplinare di rintracciabilità.

Itala

IL MARCHIO CHE GARANTISCE L'ORIGINE E LA QUALITÀ DEL LATTE

Una iniziativa promossa da



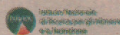
Con il patrocinio del



Partner di progetto



Si ringrazia



Per un'informazione più approfondita consulta il sito www.italaweb.it